

浙江少年儿童出版社

全国优秀出版社

《大侦探福尔摩斯》聚焦孩子“思维训练”

信息提供:浙江少年儿童出版社 许 婧 直购通道:何倩云 0571-88908921

重点荐书:《大侦探福尔摩斯》(20册)
适读人群:7~10岁读者

推荐语:改编自福尔摩斯探案集,对原著进行了保留精华的改编,通过灵活的版面设计和趣味的漫画插图,更好地匹配小学低年级孩子的阅读特点,还增设探案思维、写作技巧、学科知识等附加板块。

营销方式:大套配合文创周边,新渠道首发带动全渠道销售。

重点荐书:《博物馆里看世界》(20册)

适读人群:5~8岁读者

推荐语:精选10家世界著名博物馆和10家中国国家馆、省级博物馆的近1000件国内外珍宝,与萌趣小神兽



相遇,打造“神兽+博物馆”组合IP,带小读者在博物馆里看到大千世界。

营销方式:联合大咖推荐;对应博物馆开展推荐营销、作者连线直播等活动。

重点荐书:《我和爸爸做游戏》

适读人群:3~6岁读者

推荐语:沈石溪第一部原创儿童绘本,通过孩子不羁的天性、丰富的想象力与爸爸无条件的爱与包容,展现了双向陪伴与治愈的美好关系。

营销方式:父爱陪伴主题,直击“丧偶式育儿”痛点,父亲节躁点上市;名家大咖鼎力推荐,沈石溪抖音自营账号直播TO签带动全渠道销售。

主要渠道:新渠道先发。

中国少年儿童新闻出版总社

China Children's Press & Publication Group

“看得见敦煌”系列以书为媒再现敦煌壁画美景

信息提供:中国少年儿童新闻出版总社 金 金 直购通道:18813108202

重点荐书:《看得见的敦煌·美味的婚礼》《看得见的敦煌·动听的上元节》《看得见的敦煌·多彩的旅程》

适读人群:4岁及以上读者

推荐语:与故宫、长城并驾齐驱的世界非物质文化遗产敦煌莫高窟是集建筑、雕塑和壁画三位一体的艺术圣地与历史文化宝库。该书通过图画与故事,再现敦煌壁画中描绘的情景,包括石窟的建造程序、有



趣的壁画故事、古时敦煌人民的日常生活以及耳熟能详的历史人物故事等。书中引导孩子们穿越千年,一路西行,加深对传统历史文化的认识,进而理解“一带一路”倡议的伟大意义。

营销方式:以图书为媒介,跨界探索游学、展览、文创等领域,以“敦煌”为窗口,通过打造文化综合体的方式,给孩子们提供更多维的阅读体验。

主要渠道:新媒体渠道。

吉林出版集团股份有限公司

《古籍珍选·四书三绝》汇编文、书、画三方面千古佳作

信息提供:吉林出版集团股份有限公司 赵晓星 直购通道:范 迪 18686649990

重点荐书:《古籍珍选·四书三绝》(1~7)

适读人群:大众读者

推荐语:《四书集注》上承经典,下启群学,为元明清三代及朝鲜、日本官学教科书,称为“文绝”;每册对照收录清代文学家、书画家郑板桥手书的“四书”,称为“书绝”;另册收录了唐代人物画大师阎立本所绘《孔子弟子像》及明刻影印版《孔门儒教列传》,称为“画绝”,明刻本表现儒家人物事迹、典故,与阎画文图辉映互证。

营销方式:以抖音店为主要宣传阵地,并在光明网、中华网等媒体发布书评,结合抖店宣传热度,供应各大平台网店及各地图书馆、书店。

主要渠道:抖店、视频号、京东、天猫、拼多多等各大网店、各地图书馆。



重点荐书:《大故宫里的小故事·故宫国宝讲故事》

适读人群:9~12岁青少年

推荐语:阎崇年先生授权改编,故宫博物院权威专家主编,文字更适合儿童阅读,图画生动、丰富多彩,带孩子沉浸式认识大故宫。

重点荐书:《植物进化史·珍贵的濒危植物》

适读人群:学龄前亲子共读、小学1~6年级独立阅读

推荐语:植物研究领域顶级专家与知名艺术家联袂为青少年量身打造,是一本适合孩子阅读的植物启蒙科普书。

营销方式:通过主要纸媒、公众号、社交媒体、短视频平台等渠道宣传营销

主要渠道:线上、线下同时发货。

广西民族出版社

《中国民间体育绘本系列·赛龙舟》以儿童视角展示龙舟竞技魅力

信息提供:广西民族出版社 总编室 直购通道:图书营销中心 0771-5523216

重点荐书:《中国民间体育绘本系列·赛龙舟》

适读人群:少儿

推荐语:该书将国家级非物质文化遗产“龙舟制作技艺”介绍与民间体育赛龙舟普及结合起来,用生动的绘图、童趣的语言,介绍龙舟制作技艺及端午习俗,让孩子们在成长中学会团结协作、勇往直前。

营销方式:通过大型中盘线上线下、实体店等销售;通过传统媒体、微信公众号、各类图书馆分级阅读活动进行宣传;书讯书评、书单推荐。

重点荐书:《博物馆里的广西》

适读人群:大众读者

推荐语:该书突破以往常用的编年体框架,采用“文物群像”切片的方式览物说史叙事,选择能反映重大历



史节点、技术革新或文化交流的文物呈现广西历史脉络,探寻广西文化的根源和奥秘。

重点荐书:《红水河流域少数民族铜鼓文化》(上、中、下册)

适读人群:民族文化爱好者

推荐语:该书系统考察了珠江红水河流域铜鼓文化的起源、类型、艺术特征与社会功能,兼具民族性、区域性和学术性等突出特征,是全面反映红水河流域少数民族铜鼓文化的“百科全书”。

营销方式:通过传统媒体和微信公众号等宣传;结合书讯书评、书单推荐;借助博物馆平台宣传。

主要渠道:出版社自有平台、电商平台、传统渠道、馆配会。

2025年4月
我们社发得
最好的书

■中国出版传媒商报 张绮月/采写整理
(标*的书为近期新出版图书)

浙江少年儿童出版社

《国之脊梁——中国院士的科学人生百年》
《了不起的中国力量:漫画国之重器》
《没头脑和不高兴》
《海豚之歌》
《动物小说大王沈石溪·品藏书系·狼王梦》
《名家文学读本:小学生老舍读本》
《世界少年文学经典文库 升级版:中国民间故事》
《水先生的奇妙之旅 科学图画书系》
《花婆婆·方素珍 翻译绘本馆:爱书的孩子》
《少年慕野推理笔记:16阴差阳错的绑架案》

接力出版社

“巴巴爸爸”系列
“科学之友”系列
“怪物大师”系列
“奇妙发声书”系列
“中华先锋人物故事汇”系列
“大卫·少年幽默小说”系列
“猫头鹰王国”系列
“安房直子月光童话”系列
“荒野求生”系列
“尤斯伯恩看里面”系列

中国少年儿童新闻出版总社

《猫武士》
《植物大战僵尸2 恐龙漫画》
“丁丁历险记”系列
“林格伦儿童文学作品选集”系列
九神鹿绘本馆系列
“最能打动孩子心灵的经典”系列
“罗大里儿童文学全集·洋葱头历险记”等
《科学家的故事》
《我的日记》
《乐悠悠启蒙图画书》

江西人民出版社

《信仰的力量:80后与“80后”的信仰对话》
《万物有科学》
《三字童谣》
《古诗接龙》
《新的飞跃:新时代中国道路的理论与实践》
《琵琶围》
《万羽归来》
《不可忘却的记忆:抗战版画选编》*

江西美术出版社

《跟着课本游九江》
《美术欣赏课怎么上——教学设计与实施案例分析》
《美术课为什么要这样上》
《名家讲创作 硬笔书法创作示范60幅·规范字》
《一生筑一梦·红楼人物集》
《集 孙过庭书好诗 书谱》
《宋徽宗书法全集》
《集 颜真卿书好诗 勤礼碑》

吉林出版集团股份有限公司

《曾国藩选集》(1~4)
《拉克汉插图本世界名著》(1~5)
《多雷插图本世界名著·拉封寓言诗》
《玉阳明全集》(1~5)
《大故宫里的小故事·故宫国宝讲故事》
《植物进化史·珍贵的濒危植物》
《童心烙印·珙桐花开》
《妙手匠心·少年心灵成长系列·雕花匠》

广西民族出版社

《娃娃故事之花山岩画传说系列·黑龙洞》
《娃娃故事之花山岩画传说系列·灯笼山》
《铸牢中华民族共同体意识丛书·爱我中华(少儿版)》
《铸牢中华民族共同体意识丛书·爱我中华(青少年版)》
《民族民间原创图画书·蜡染 百褶裙》
《民族民间原创图画书·蜡染 牛角梳》
《民族民间原创图画书·蜡染 百鸟衣》
《桂彩壮锦——广西的“锦彩”》
《家乡美·农民画绘本系列·花花的花竹帽》
《家乡美·农民画绘本系列·茉莉花开的季节》

浙江科学技术出版社

《荷鲁斯崛起》
《怀孕呵护指南》
《黑暗帝国3:神之灾厄》
《银河烽火》
《伪神》
《黑暗帝国》
《阳台种菜》
《跟着古诗词游中国:长江篇》
《黑暗帝国2:纳垢战争》
《荷鲁斯之乱编年史》

接力出版社

Jieli Publishing House

全国百佳图书出版单位
Top 100 Publishing Houses in China

“我的第一本日记”系列鼓励孩子爱上阅读、喜欢写日记

信息提供:接力出版社 宋新颖 直购通道:申 亮 010-65546561

重点荐书:“我的第一本日记”系列

适读人群:6~14岁读者

推荐语:该系列是由女儿汪奕蒙口述、母亲单瑛琪整理并创作的日记体儿童文学作品,扎根于真实的儿童世界,用原汁原味、天真鲜活的儿童语言展现了新时期中国孩子真实的成长历程。

营销方式:媒体、学校及阅读推广机构的各项书单;邀请新媒体平台博主试读并进行线上推荐等。

重点荐书:《花山漂流记》

适读人群:11~14岁读者

推荐语:该作品充满想象力,承载着传统文化的厚重底蕴,展现出民族文化质朴、坚韧、自强不息的精神内核,塑造出一群自立、坚毅、乐观、勇敢的孩童形象。



营销方式:首阶段联合

花山岩画景区特色创建话题推广,精选“中国好书”月榜等平台重点推荐;三册全集上市后,启动“岩画下的成长阅读”等活动,形成文化传承与情感教育的双重传播效应。

重点荐书:“11·18”系列

适读人群:10~16岁读者

推荐语:作品拓展了人们有关时空的认知,深切刻画了人类个体于时间中的孤独感,以及面对无限重复的日常时间时,勇敢重建生活与内心秩序的生命力。该系列《时间空间之谜》入围2025年布克国际文学奖短名单。

营销方式:邀请豆瓣网红试读并撰写短评,征集界面文化、澎湃新闻、北京青年报等媒体专访,并提报各媒体文学榜单。

主要渠道:全渠道。

江西人民出版社:《乐平古戏台文化》探寻古戏台背后的深厚文化图景

信息提供:江西人民出版社 总编室 0791-86898137 直购通道:营销中心 86898815

重点荐书:《乐平古戏台文化》

适读人群:大众读者

推荐语:该书聚焦乐平独特的古戏台建筑群,系统梳理了乐平古戏台的历史渊源、建筑形制、精巧构造与装饰艺术,图文并茂地展现了古戏台的多重内涵。

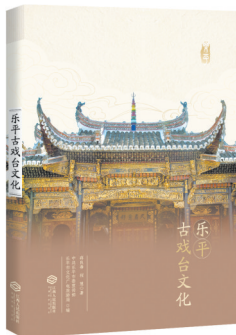
营销方式:在当当、京东等电商平台开展促销;邀请文化博主推荐,举办线上讲座。

主要渠道:以各大电商平台为主,同时与实体店、图书馆合作。

重点荐书:《IP与创意产业:景德镇故事》

适读人群:关注版权保护、陶瓷产业、文化遗产及城市发展的读者群体

推荐语:该书系统梳理通过加强版权工作促进陶瓷产业传承创新进而实现城市高质量发展的经验做法,有助于充分发挥版权推动陶瓷文化“传下去”“活起来”“走出去”的独特作用。



营销方式:在抖音、小红书等平台发布精美图文与趣味短视频,分享书中景德镇IP打造的精彩案例,邀请文化、创意领域博主撰写推荐文章等。

重点荐书:“万物运转百科丛书”

适读人群:6~14岁读者

推荐语:专为少年儿童打造的原创手绘科普丛书,聚焦孩子们感兴趣的前沿科技与未来科技,文字生动、配图丰富,有助于激发青少年崇尚科学、探索未知的兴趣。

营销方式:在抖音、视频号发布手绘科普动画;联合中小学开展“科技小课堂”直播,邀请院士讲解书中中国科技成就;电商平台发起“强国科技小卫士”打卡赠书活动等。

主要渠道:对接新华书店、科技馆、文创店等实体渠道;联动教育系统开展校园团购,同步布局图书馆配与少儿阅读机构专线,精准触达亲子家庭与教育场景。

江西美术出版社:《中国剪纸·国礼版》展现传统剪纸文化魅力

信息提供:江西美术出版社 直购通道:市场营销部 0791-86565703

重点荐书:“中国剪纸·国礼版”(全3册:京剧脸谱/十二生肖/三友与四君子)

适读人群:国内大众读者、国际文化机构及中国文化爱好者、非遗研究/收藏群体

推荐语:该丛书选取具有国际影响力的中国文化符号(三友和四君子、京剧脸谱、十二生肖)作为单册主题,采用中英文对照的形式,图文并茂地表现中国剪纸的文化魅力。各册分录蔚县、南京、烟台、海伦剪纸,工艺各具特色。

营销方式:在众筹渠道首发,提前预热并宣传;通过开箱视频、海报、书讯等多种形式宣传。

主要渠道:线上通过摩点、京东、当当旗舰店+文化类KOL分销;线下通过美术馆、非遗馆、文化展会进行展示;企业采购、外事礼品定制

重点荐书:《走向胜利:致敬抗战



木刻》

适读人群:大众读者

推荐语:木刻烽烟,刀笔峥嵘!一曲交融艺术锋芒与革命激情的胜利交响!

营销方式:举办新书发布会;线上在重点平台做好新书推荐、专题推荐等曝光;在电商平台设置作者签名版书籍,同时持续投放书摘广告。

主要渠道:平台电商、线下渠道

浙江科学技术出版社:《寻龙诀》凝聚国内千万优秀科创企业缩影

信息提供:浙江科学技术出版社 总编办 直购通道:0571-85103045

重点荐书:《寻龙诀:“六小龙”为什么出现在杭州?》

适读人群:大众读者

推荐语:该书以“杭州六小龙”的崛起为切入点,结合多年的观察和报道,探讨了“科技小龙们”齐聚杭州的原因,并随书赠送创业指南手册。

营销方式:通过线上线下各平台及活动宣传推广图书。

主要渠道:全渠道

重点荐书:《唐歌》

适读人群:科幻迷、文学爱好者、科技极客

推荐语:从星际远征到脑机革命,从历史谜团到未来身份危机,该书精选六篇中国原创科幻力作,以前沿科技为笔,以人文哲思为墨,勾勒出一幅震撼人心的未来图景。

营销方式:通过视频号、抖音、小红书等构建多平台营销矩阵;邀请知



识博主做客直播间,与作者连线;紧抓营销热点,推出“共读计划”。

主要渠道:京东、当当、天猫旗舰店、小红书、抖店、视频号小店、有赞商城等平台,以及全国各地新华书店

重点荐书:《良渚伏虎》

适读人群:少年儿童

推荐语:该书呼应“中华文明探源工程”,用奇幻故事的形式对良渚古城遗址考古成就进行了创造性转化;并通过描写良渚文明对剑齿虎部落的包容和接纳,反映了中华文明多元共生、一体交融的特质。

营销方式:通过新媒体营销、各类读书活动、专家推荐、作者讲座、电视台荐书栏目,传统报刊书评书单宣传。

主要渠道:上海新华、上海博库、当当、京东、社自营天猫、天猫超市